

#wirsindKitzbübel in der weiteren Umsetzung

Steuerungsgremium unterstützt neues Veranstaltungsformat in der Gamsstadt.

Kitzbübel Tourismus geht bei der strategischen Destinationsentwicklung seit 2021 einen co-kreativen Weg. Unter Einbeziehung aller im Lebensraum Interessierten, sprich Einheimische, Zweitheimische, UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen, wurde ein gemeinsames Zukunftsbild erarbeitet.

Im Rahmen des Markenbildungsprozesses wurde zusätzlich zu den bereits bestehenden Arbeitsgruppen ein formales Steuerungsgremium initiiert – mit dem Auftrag, sich regelmäßig auszutauschen sowie die Fortführung und Umsetzung bestehender Ideen aus den jeweiligen Erfolgsmustern zu forcieren.

Markenbildungsprozess #wirsindKitzbübel

Nach einer umfassenden Evaluation des Status Quo mit über 1.200 Befragten wurde nach intensiven und teils spannungsgeladenen Diskussionen ein großer Meilenstein geboren: ein gemeinsames Verständnis für die künftige Entwicklung des touristischen Kitzbühels. Dabei entstanden ist ein Zukunftsbild mit fünf Erfolgsmustern und einem gemeinsamen Leistungskern.

Über 70 KitzbühelerInnen aller Alters- und Berufsgruppen engagieren sich seit Initiierung des Markenbildungsprozesses 2021 durch Kitzbübel Tourismus ehrenamtlich auf Hochtouren, um konkrete Projekte im Rahmen des gemeinsam erarbeiteten Zukunftsbilds umzusetzen. Während bei bereits erfolgreichen Produkten weiter an Qualität und Spitzenleistungen gearbeitet werden soll – Stichwort „Outdoor Active“ und „Culinary Delights“, wurden im Zukunftsbild auch Trendthemen berücksichtigt, wie das noch in den Kinderschuhen befindliche Thema „Workation“. Alles, was aus diesem neuen Zukunftsbild von Kitzbübel Tourismus entsteht, dient einem Zweck: Kitzbübel als Lebensraum noch attraktiver zu machen (My Preferred Place for Being) – für Gäste ebenso wie für Einheimische, Zweitheimische und MitarbeiterInnen.

Kitzbübel Tourismus Geschäftsführerin Dr. Viktoria Veider-Walser betont: „Strategie co-kreativ zu erarbeiten und als Grundlage für die strategische Ausrichtung von Kitzbübel Tourismus zu setzen, ist ein großer Schritt in Richtung zukunftsgerichtete DMO-Arbeit. Jetzt gilt es, weiter an der internen Verankerung der Themen zu arbeiten und mit konkreten Produkten und Projekten zu beleben.“

#wirsindKitzbübel in der Umsetzung

Um konkrete Taten folgen zu lassen, wurde in spezifischen Arbeitsgruppen an Leuchtturmprojekten und Produkten gearbeitet, die auf alle Erfolgsmuster einzahlen. Besonders erfolgreich gestaltete sich das Forcieren von Quick Wins und konkreten Projekten, wie beispielsweise die wöchentlich im Juli und August stattfindende Sommerveranstaltung „PURA VIDA“, „KITZ Kulinarik x Piemont“ Mitte Oktober, die Nachwuchsinitiative „Kitzbübel Klassik“ gemeinsam mit Elina Garanča und der Wiener Staatsoper Anfang Juli sowie eine regionsübergreifende Produktentwicklungsinitiative im Bike- und Running-Segment.

Um dem Spirit darüber hinaus auch künftig Rechnung zu tragen, wurde ein Steuerungsgremium ins Leben

gerufen, welches unkompliziert und schnell Anschubfinanzierungen und Unterstützung von möglichen Leuchtturmprojekten bereitstellt. Ein erstes Zukunftsprojekt mit Namen „Metagonia“ – einer Konferenz zum Thema digitale Welten – ist bereits für Anfang Oktober 2023 in Kitzbühel geplant.

Interessenten sind dabei jederzeit herzlich willkommen. Alle im Lebensraum Kitzbühel, Reith, Aurach und Jochberg sind eingeladen, sich im Rahmen der Arbeitsgruppen an #wirsindKitzbüchel zu beteiligen. Bei Interesse steht das Team rund um Projektleiterin Bettina Wiedmayr unter wirsind@kitzbuehel.com gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung.

Alle Informationen zu dem von Kitzbühel Tourismus initiierten Markenbildungsprozess #wirsindKitzbüchel finden Sie unter marke.kitzbuehel.com

Presserückfragen: Mag. (FH) Anna Lena Obermoser, MA

a.obermoser@kitzbuehel.com | presse.kitzbuehel.com | +43 5356 66660-16